新媒体时代下的传媒发展动态

摘 要：本文从新媒体时代对传统传媒行业造成的影响入手，总结并分析传统传媒行业现状，简要介绍新媒体时代下的传媒行业发展动态，旨在转变当前传媒行业运行模式及方法，促进传媒行业的发展。

关键词：新媒体时代；传媒；发展
中图分类号：G20 文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）02-025-02 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.02.005

文 / 王亚娟

随着信息技术与网络技术的发展，新媒体时代全面来临，作为大众获取信息的渠道，传媒行业受到新媒体时代的冲击和影响。为了促进传媒行业的进一步发展，需着重分析新媒体时代对传媒行业造成的影响，从而提升传媒行业的发展。

1. 新媒体时代对传统传媒行业造成的影响

1.1 互联网社区对传媒行业的影响

现阶段，人民群众对网络的依赖程度日益升高，无论是购物、休闲、学习、工作均可通过网络来实现。在网络之中，逐渐形成社区化网络文化组织体系，所谓社区化，即使用者在互联网中因主观或客观因素呈现出聚集化形式，这一用户聚集体也被为网络社区。网络中用户的认知、看法、需求等因素有所不同，这些差异性造成同一用户拥有不同的“网络身份”。因此，用户存在于不同的网络社区[1]。在这一背景下，民众获得资讯的途径势必会随着网络社区变化而转变。传统传媒形式已经无法满足这种多样化、多层次的需求，从而对传媒行业造成严重影响。

1.2 数据库技术对传媒的影响

传统传媒中，民众对信息内容与种类的自主选择性水平较低。以报纸为例，一份晚报一般包括国内国际新闻、当地民生新闻、经济、文化、娱乐、体育等主要内容，另外还有部分广告、公示栏等次要内容。受众在购买一份报纸后，只能在上述内容中进行有选择性的阅读，公众选择信息仍然受到报纸流通范围的局限[2]。现阶段，网络技术与数据库技术的发展，社会分工的细化程度有所增强，民众对所处行业领域的新闻和资讯更感兴趣，其兴趣爱好方向也更为细致化。网络媒体会根据用户对新闻资讯的点击和浏览情况，通过数据库直接为其生成相应的新闻资讯方向及种类，这些新闻的精准度更高，用户对其的认可程度也随之提高。数据库技术对传媒行业造成较大影响，为了提升传媒行业的影响力和影响范围，需融合现代数据库技术与传媒行业，从而实现定制化新闻资讯形式，促使传媒行业的发展。

1.3 全媒体终端对传媒的影响

传统四大媒体在网络时代受到一定的抑制和影响，当前网络媒体发展十分迅速，传统媒体为进一步发展，势必会与网络媒体相互合作，从而形成多元化的媒体形式。当前，在传媒行业基础之上，其产品与内容将会出现全媒体化转变趋势。所谓全媒体终端，不仅包括报纸、杂志、电视、广播等传统媒介，同时还包含网络、手机等现代媒介，网络媒体企业与传统媒体相互合作，形成线上—线下系统化传媒形式，其传播效果及传播速度进一步提升，呈现出立体化、系统化的新型全媒体终端传播形式[3]。以传统视频广告为例，一般多以电视视频广告作为主要传播途径，而在现代全媒体视阈下，视频广告在计算机及智能手机中的播放次数与播放效果更为显著。通过这一形式，当前视频广告采用电视 + 网络方式进行传播，以确保其传播效果。

1.4 产业化运行对传媒的影响

在当前新媒体背景下，传媒呈现出高度产业化态势，充分进行市场化转型，此类新媒体传媒产业更适合市场经济体制，对传统媒体造成了极大的冲击。从投资角度来看，新媒体产业投资来源和渠道更为广泛，自身筹集资金数量较多，银行贷款资金相对较小，一些国内及国际风险投资所占比重较大，这一形势下新媒体产业投资数量较大，在一定程度上促进了新媒体产业的迅速发展。而传统媒体一般多依赖于银行贷款及政府投资，资金来源及渠道呈现出单一化，部分传统传媒企业通过广告投放吸纳部分投资，但投资数量仍然有限，制约了传统传媒企业的发展。

2. 新科技推动下的传媒发展动态

2.1 传媒行业互动性发展

新媒体最具发展优势的元素就是其互动性较强，新媒体在信息传播过程中，受众与传播主体之间通过互联网进行沟通和交流，转变以往传统传媒行业单项化的信

息传播模式，受众可通过网络发布看法、交流经验，这一模式下受众粘性较强，从而带动了新媒体产业的进一步发展。当前众多新媒体受众在社交平台中相互分享时事资讯、民生新闻，受众在网络上畅所欲言，对新闻资讯内容加以分析和点评。一方面，受众之间彼此相互作用，继而形成良好的沟通环境，促进受众的深入探索，提高了新媒体的知名度与活跃性[4]；另一方面，受众与媒体之间交流，媒体通过交流感知受众的兴趣爱好，可为其提供相应的信息，提升了受众对媒体的认可程度，与传统传媒传播模式相比，新媒体更具吸引力。因此，传媒从业人员必须摒弃传统理念，根据当前新媒体发展情况，结合传统传媒行业的战略发展目标，大力开展传媒发展理论性研究，并确保新、旧理念的顺利衔接，进而构建新的传媒发展理念，以确保传媒行业随着新媒体而飞速发展。

2.2 传媒行业便捷性发展

众所周知，新媒体时代下，信息传播的速度及范围都有所提升，无论是文本信息、音频信息，还是视频信息，通过网络均可实时传输到受众手机、电脑、平版电脑之中。同时，所传输的信息储存于网络数据库中，受众可在任意时间、任意地点有选择性地加以阅读，这种跨越时间与空间的信息传播模式，极大地提升了新媒体快捷性，成为当前最为便捷的信息传播途径[5]。针对新媒体这一优势，传统传媒企业应把握这一时机，通过新媒体提升传媒产业信息传输速度，有利于传媒行业的进一步发展。例如，《南方周末》作为综合类的周报，在新媒体出现前，《南方周末》的发行量与受众量较大，是国内影响力较大的周报之一。随着新媒体的诞生与发展，《南方周末》受到一定程度的冲击，随即，《南方周报》秉持“反映社会，贴近民生”的理念，开通《南方周末》微博账号，积极与网络中的受众开展互动，加强传统媒体与新媒体之间的融合，当前新浪微博粉丝数已逾 1000 万，传统传媒产业与新媒体相互联系，其网络影响力可见一斑。

2.3 传媒行业全面性发展

传统媒体包括：报纸、杂志、电台、电视等形式。随着网络时代的到来，网络作为新媒体强势占领现代媒体市场。鉴于此，当前媒体行业应采用全媒体模式实现共同发展，未来一段时间内，网络媒体依旧是传媒行业的主力军。因此，可通过各种不同形式媒体与网络媒体相结合的方式谋求传媒行业发展，形成“网络 + 报纸”“网络 + 杂志”“网络 + 电视”的传媒形式。当前，我国媒体融合发展态势较好，以网络电台为例，现阶段网络电台的受众数量及范围逐年升高，喜马拉雅、蜻蜓 FM、企鹅 FM、荔枝 FM、考拉电台、豆瓣 FM 等多种网络电台软件用户活跃度较高[6]。与传统电台媒介播放模式相比，网络电台点播、下载、检索等功能具有极高的优势，促使其快速发展。另外，在内容方面，网络广播电台提供了以音乐、情感、有声小说、文化、军事、历史、经济等为主的多样化内容，使受众能够根据自身实际需求选择相应的广播内容。由此可见，传统传媒行业与网络的结合，能够促使媒体的进一步发展。

2.4 传媒行业大众性发展

相比较传统媒体而言，新媒体具有内容丰富化、结构碎片化、形式多样化及传播集群化等优势，这也是新媒体迅速发展的首要动力。在网络之中，每天有数以亿计的信息迅速传播，每一位受众既是信息的接收者，也是信息的创作者和传播者，这种多样化的身份致使新媒体大众化水平较高，受众可根据自身需要筛选网络中的海量信息，从而形成多元化、立体化、网络化的信息传播新趋势。在这一背景下，传统传媒行业也应在新媒体的带动下，重视受众在信息传播过程中的参与性，从而构建大众化的传媒发展新趋势，将人民群众置于信息传播的中心，进而为传媒行业发展提供助力。

结语

综上所述，在新媒体时代背景下，传统传媒行业将会向着更为大众化、个性化、准确化、便捷化的方向发展，传媒行业需积极应对新媒体时代带来的机遇与挑战，不断创新和变革现有的信息传播形式，更新传媒行业发展理念，从而促使传媒行业的迅速发展。媒

参考文献

[1] 罗伟 . 新媒体时代传媒发展的进路——融合 · 策划 · 创新 [J]. 西部广播电视，2015（12）：18，20.

[2] 郑敏 . 浅谈影视传媒中新媒体技术的应用 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（18）：117.

[3] 沙蒙蒙 . 全球化传播背景下中国传媒发展的研究 [J]. 商业故事，2016（14）：8-9.

[4] 王曦 . 传媒发展模式及新媒体时代科技期刊发展思路浅析 [J]. 天津科技，2017，44（9）：72-74.

[5] 杜莹杰，姜晖 . 当前全媒体时代背景下电视与新媒体的融合发展 [J]. 艺术百家，2015（6）：82-88.

[6] 廖磊 . 基于传媒经济学视角的新媒体平台研究——评《媒介平台论：新兴媒体的组织形态研究》[J]. 传媒，2017（12）：91-92.

（作者单位：吉林省白山广播电视台）